

## **BAB V**

### **Kesimpulan Dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Segmen pasar yang digunakan oleh PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang yaitu *Concentrated Marketing* sudah cukup baik, namun dilain sisi penggunaan strategi segmen pasar terhadap pasar sasaran dengan cara *Undifferentiated Marketing* dapat digunakan juga, ini dilihat dari persentase untuk *Undifferentiated Marketing* (61,6%) tidak beda jauh dengan persentase untuk *Concentrated Marketing* (65,80%), yang mana dengan menambahkan strategi *Undifferentiated Marketing* dapat meningkatkan pendapatan sebesar 19,4%.
2. Responden menginginkan tidak adanya perbedaan antar segmen dan memberikan kepada seluruh pasar, sehingga tawaran berfokus pada kesamaan kebutuhan daripada perbedaan kebutuhan, misalnya produk yang dihasilkan dapat dijangkau atau dimiliki oleh semua konsumen.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan dari pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan dalam pasar sasaran di PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang sudah cukup baik dengan menggunakan *Concentrated Marketing*, namun ada baiknya jika PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang menggunakan strategi *Undifferentiated Marketing* sebagai pilihan lain, karena dengan menambahkan strategi *Undifferentiated Marketing*, produk lampu Philips dapat menjangkau semua kalangan tanpa adanya perbedaan antar segmen masyarakat.

2. Sebaiknya PT Pratama Abadi Mitra Mandiri memperhatikan keinginan konsumen agar tawaran berfokus pada kesamaan kebutuhan daripada perbedaan kebutuhan sehingga produk yang dihasilkan dapat dijangkau atau dimiliki oleh semua konsumen.